

การศึกษาความพึงพอใจและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว
ในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

THE STUDY OF TOURIST'S SATISFACTION AND PERCEPTION
TOWARD VISITING AYUTTHAYA HISTORICAL PARK,
PHRA NAKHON SI AYUTTHAYA PROVINCE

ชวลีย์ ณ ถลาง¹ ผกามาศ ชัยรัตน์² เกริกกิต ชัยรัตน์³ และธนภูมิ ปองเสงี่ยม⁴
Chawalee Na Thalang¹ Pakamas Chairatana² Krirkkit Chairatana³ and Thanaphum Pongsangiam⁴

^{1,2,3} อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

⁴ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

^{1,2,3} Lecturer in Tourism and Hotel Management, College of Management

Bangkok University of Phayao

⁴ Lecturer in Tourism and Hotel, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

E-mail: pakamaschairatana@gmail.com

Received: June 26, 2020

Revised: July 17, 2020

Accepted: July 17, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 3) ศึกษาการตัดสินใจการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ ความเชื่อทางศาสนา จดทะเบียนเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม เรื่องราวจากอดีต งานประจําปิยอยศยงฟ้า 2) การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านชื่อเสียง ความเชื่อทางศาสนา ภาพลักษณ์ นักท่องเที่ยวมองอุทยานประวัติศาสตร์เป็นจุดหมายปลายทางในด้านแหล่งประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณคดี วัดวาอาราม และ 3) การตัดสินใจการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มี 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยภายใน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ในพื้นที่อุทยาน

ประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านวิถีการดำเนินชีวิตเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นตัวตนของบุคคล ไลฟ์สไตล์ ที่อาศัยอยู่ ปัจจัยภายนอก ด้านความพร้อมของจุดหมายปลายทางเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างมาก ได้แก่ ร้านอาหาร โรงแรมที่พัก กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว ร้านขายของที่ระลึก เส้นทางการคมนาคม และป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

คำสำคัญ

ความพึงพอใจและการรับรู้ อุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ABSTRACT

The objectives of this quantitative research were to: 1) study tourist's satisfaction toward visiting Ayutthaya Historical Park in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, 2) study the perception of tourist visiting Ayutthaya a Historical Park in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, and 3) study Thai tourist's decision making of visiting Ayutthaya Historical Park in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. The sample group consisted of 400 Thai tourists visiting Ayutthaya Historical Park. A questionnaire was applied as a research instrument. And the statistics used for data analysis were frequency, percentage, average, standard deviation.

The findings were as follows: 1) The satisfaction of tourists visiting Ayutthaya Historical Park are religious belief, being declared as a UNESCO World Heritage Site, a historical story, and Ayutthaya World Heritage Fair, 2) the perception of tourists visiting Ayutthaya Historical Park are reputation, religious belief, a favorable light, and historical and archaeological destination, and 3) the tourist's decision making to visit Ayutthaya Historical Park are divided into 2 types of factor: internal and external factor. The first one consists of individual way of life, and lifestyle, and the another one is the destination readiness: restaurant, accommodation, souvenir shop, tourist activity, transportation route and travelling sign.

Keywords

Satisfaction and Perception, Historical Park, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

ความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยได้เป็นอย่างมาก เนื่องจากประเทศไทยนั้นมีความหลากหลายทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งในปัจจุบันนี้ การท่องเที่ยวในประเทศไทยก็ได้มีการขยายตัวเป็นอย่างมาก การเจริญเติบโตของภาคธุรกิจการท่องเที่ยวจึงต้องปรับตัวให้ทันกับยุคสมัย การพัฒนาการท่องเที่ยวก็ต้องสร้างความสมดุลผ่านการตลาด เฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยว

เกิดความมั่นใจในความปลอดภัย รวมไปถึงเป็นประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว โดยประเด็นดังกล่าวนี้ได้กำหนดอยู่ในยุทธศาสตร์ของภาครัฐที่มุ่งเน้นการสร้างเสริมภาพลักษณ์ คุณภาพ และความปลอดภัย ซึ่งการพัฒนาภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นด้านคุณภาพนั้น จะมุ่งเน้นการสื่อสารคุณค่า และภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยอดนิยามที่มีคุณภาพสูงต่อนักท่องเที่ยว การทำการตลาดเป้าหมาย และสร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวผ่านช่องทางต่าง ๆ คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (National Tourism Policy Committee, 2017)

ความโดดเด่นของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากการมีอุทยานประวัติศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก จากองค์การยูเนสโก อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาจึงเป็นสถานที่ที่เต็มไปด้วยโบราณสถานต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นตั้งแต่สมัยอยุธยา อติตราชาธานีที่รุ่งเรืองของประเทศไทย ความรุ่งเรืองตลอด 417 ปีของอาณาจักรอยุธยานั้น ได้ก่อกำเนิดอารยธรรมอันล้ำค่า ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ต่าง ๆ ที่ยังคงหลงเหลือมาจนถึงปัจจุบัน แม้จะเป็นเพียงแค่ซากปรักหักพังที่เกิดขึ้นจากผลของสงครามในอดีต แต่สถานที่ต่าง ๆ เหล่านี้ก็ยังคงทรงคุณค่าด้วยความงามอันเป็นเอกลักษณ์ พร้อมทั้งจะต้อนรับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนอย่างไม่ขาดสาย ซึ่งได้มีการควบคุมดูแลจากกรมศิลปากรในการขุดแต่งบูรณะโบราณสถานเหล่านี้ตั้งแต่ พ.ศ. 2512 และได้ประกาศขอบเขตโบราณสถานเมืองพระนครศรีอยุธยาใน พ.ศ. 2519 โดยครอบคลุมพื้นที่รวม 1,810 ไร่ ทั้งนี้อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาได้รับการประกาศเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม จากองค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ในการประชุมคณะกรรมการมรดกโลกสมัยสามัญ ครั้งที่ 15 ณ กรุงคาร์เธจ ประเทศตูนีเซีย เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2534 นับเป็นมรดกโลกตามบัญชีในลำดับที่ 576 สโมสรศิลปวัฒนธรรม (Arts and Culture Club, 2017)

อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกจาก UNESCO จึงทำให้ชื่อเสียงของเมืองเก่าอยุธยานั้น เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยว ชื่นชมความงดงามของซากอารยธรรมที่เคยเฟื่องฟูในอดีต เช่น ในปี พ.ศ. 2560 มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว จำนวน 1,637,181 คน และมีนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 5,994,376 คน สร้างรายได้กว่า 16,901.48 ล้านบาท สำนักงานสถิติแห่งชาติ (National Statistical Office, 2018) ซึ่งสถิติดังกล่าวนี้ แสดงให้เห็นว่าจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ จึงทำให้เกิดการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวนั้นมีการรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นผลพวงมาจากการที่เทคโนโลยีในปัจจุบันนี้มีประสิทธิภาพในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และกระจายข้อมูลข่าวสารของพื้นที่ได้อย่างกว้างขวางกว่าในอดีต จึงทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากขึ้น จึงปฏิเสธไม่ได้ว่าอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ถือเป็นปัจจัยหลักที่ได้สร้างการรับรู้ของการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว

อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สำคัญและเป็นที่ยึดโยงในการการท่องเที่ยว ตั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครทำให้สามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย จึงมีแนวโน้มว่าการท่องเที่ยวจะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง และจากสถิติของนักท่องเที่ยวที่สูงขึ้นในช่วงที่ผ่านมา สามารถสร้างรายได้และความเติบโตทางเศรษฐกิจให้กับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เป็นอย่างมาก แต่ในขณะเดียวกันนั้น ถึงแม้ว่าอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวอันทรงคุณค่าที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก แต่ก็เป็นเรื่องที่จำเป็นที่จะให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึง มีประสบการณ์ที่น่าจดจำในการมาท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งจะเป็นประสบการณ์ที่มีคุณค่าในความรู้สึกของนักท่องเที่ยว อันจะนำมาซึ่งการเที่ยวซ้ำในอนาคต รวมไปถึงเกิดความภาคภูมิใจในสถานที่ท่องเที่ยว โดยการนำประสบการณ์ที่ได้รับ บอกต่อให้กับญาติหรือเพื่อน ซึ่งถือได้ว่าเป็นการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว โดยที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ต้องลงทุนในการสร้างสื่อ แต่จะเป็นการประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพ เพราะการนำประสบการณ์ที่มีคุณค่าไปบอกต่อ นั้น จะทำให้นักท่องเที่ยว ที่ยังไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เกิดการรับรู้ทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ ทั้งยังก่อให้เกิดความรู้สึกอยากที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยเดินทางมา เนื่องจากได้รับข้อมูลที่เป็นประสบการณ์ ผู้ซึ่งเคยมีประสบการณ์ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นมาก่อน ซึ่งจะก่อให้เกิดความเติบโตทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของประเทศต่อไป

การศึกษาครั้งนี้ สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยมาพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการสร้างการรับรู้ ด้านภาพลักษณ์ และการตัดสินใจให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าวเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากขึ้น ซึ่งจะเป็นผลที่ทำให้การท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เป็นพื้นที่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

โจทย์วิจัย/ปัญหาวิจัย

ความพึงพอใจและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. ศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. ศึกษาการตัดสินใจการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย และนำเสนอตามประเด็นดังนี้
พื้นที่ใช้ในการทำวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน แจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำนวน 400 คน โดยการแจกแบบสอบถามแบบบังเอิญ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการหาคุณภาพเครื่องมือ คือ การวิจัยครั้งนี้คือการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม ทั้งนี้เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาได้ผ่านการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่านเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา สามารถนำไปใช้ได้ตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง 0.50 -1.00 โดยมีข้อเสนอแนะเล็กน้อย ผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงเพื่อให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น แบบสอบถามมีค่า ICO เท่ากับ 0.97

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ขอบเขตด้านเนื้อหา

วัตถุประสงค์ในการวิจัย มีรายละเอียด ดังนี้ 1) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3) ศึกษาการตัดสินใจการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ขอบเขตด้านเวลา

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยตั้งแต่เดือนตุลาคม 2562 ถึงเดือนเมษายน 2563

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพึงพอใจและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การรับรู้ด้านการท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ท่านรู้จักอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในด้านความเชื่อทางศาสนา ด้านภาพลักษณ์	4.14	0.75	มาก
2. ท่านรู้จักอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาจากสื่อในชีวิตประจำวัน เช่น โทรทัศน์ สังคมออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ	4.14	0.55	มาก
3. ท่านรู้จักอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาจากที่ได้จัดทะเบียนเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม	4.03	0.58	มาก
4. ท่านรู้จักอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาจากท่านได้เคยศึกษาเล่าเรียนมาจากในอดีต แหล่งโบราณคดี วัด	3.98	0.70	มาก
5. ท่านรู้จักอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาจากการจัดงานประจำปี “ลอยกระทงฟ้า”	3.87	0.89	มาก
รวม	4.03	0.46	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจกับการท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมที่เกิดจากการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.46) เมื่อพิจารณา เป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดมีอยู่ 2 ข้อ คือ รู้จักอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา จากสื่อที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น โทรทัศน์ สังคมออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.75) และรู้จักอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จากชื่อเสียงในด้านความเชื่อทางศาสนา ภาพลักษณ์ ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.55) รองลงมา คือ รู้จักอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาจากที่ได้ จดทะเบียนเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.58) รู้จักอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาจากที่เคยศึกษาเล่าเรียนในอดีต ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.70) และน้อยที่สุด คือ รู้จักอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาจากการจัดงานประจำปี ยอยศยั้งฟ้า ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.89) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ปัจจัยภายใน			
วิถีการดำเนินชีวิต	4.18	0.43	มาก
บุคลิกภาพ	4.17	0.40	มาก
ความสนใจพิเศษ	4.07	0.46	มาก
แรงจูงใจส่วนบุคคล	4.07	0.40	มาก
ประสบการณ์ที่ผ่านมา	4.05	0.55	มาก
ทัศนคติ	3.97	0.45	มาก
ความรู้ที่มีอยู่	3.96	0.50	มาก
สถานะทางเศรษฐกิจ	3.93	0.54	มาก
รวม	4.05	0.33	มาก
ปัจจัยภายนอก			
ความพร้อมของจุดหมายปลายทาง	4.16	0.44	มาก
สื่อและแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยว	3.95	0.47	มาก
คำบอกเล่าจากบุคคลอื่น	3.95	0.46	มาก
โปรแกรมพิเศษจากองค์กรภาครัฐในส่งเสริมการท่องเที่ยว	1.37	0.50	น้อยที่สุด
รวม	3.70	0.30	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวมีระดับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.33) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยจำแนกตามตัวแปรที่ได้ศึกษา ได้แก่ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก พบว่า ปัจจัยภายใน ข้อที่มีค่าเฉลี่ย

สูงสุด คือ ด้านวิถีการดำเนินชีวิต ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.43) รองลงมา ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพ ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.40) ด้านแรงจูงใจส่วนบุคคล ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.46) ด้านความสนใจพิเศษ ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.40) ด้านประสบการณ์ที่ผ่านมา ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.55) ด้านทัศนคติ ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.45) ด้านความรู้ที่มีอยู่ ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.50) และด้านสถานะทางเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.54) ตามลำดับ ปัจจัยภายนอก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความพร้อมของจุดหมายปลายทาง ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.44) รองลงมา มีอยู่ 2 ข้อ คือ ด้านสื่อและแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.47) ด้านคำบอกเล่าจากบุคคลอื่น ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.46) และน้อยที่สุด คือ ด้านโปรแกรมชั้นพิเศษจากองค์กรภาครัฐในส่งเสริมการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 1.37$, S.D. = 0.50) ตามลำดับ

อภิปรายผล

การศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25-29 ปี และส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธาวิช ฌโนมจิตต์ (Thanomchit, 2017) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกสุโขทัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 16-35 ปี และเกือบร้อยละ 50 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

ด้านความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ได้แก่ ความเชื่อทางศาสนา ได้จดทะเบียนเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม เรื่องราวจากอดีต การจัดงานประจำปีอย่างยิ่งฟ้า ภาพลักษณ์ เป็นต้น ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการที่นักท่องเที่ยวเคยได้รับสารมาจากสื่อต่าง ๆ ในอดีตไม่ว่าจะเป็นการศึกษาประวัติศาสตร์ในบทเรียน สื่อโทรทัศน์ สื่อบนพื้นที่สังคมออนไลน์ จึงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดภาพจำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Altinbasak and Yalçin, 2010) ที่ได้ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ของพิพิธภัณฑสถานและเมืองอิสตันบูล ประเทศตุรกี ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวรับรู้ภาพลักษณ์ของเมืองอิสตันบูลว่าเป็นเมืองที่มีความโดดเด่น และมีประวัติศาสตร์ที่มีความผสมผสานกันระหว่างวัฒนธรรมแบบยุโรปและเอเชีย และนักท่องเที่ยวมีความชื่นชอบในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์และความหลากหลายของวัฒนธรรม เช่น พิพิธภัณฑสถาน พระราชวัง อนุสาวรีย์ เป็นต้น

ด้านการรับรู้ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา คือ จากชื่อเสียงในด้านความเชื่อทางศาสนา ภาพลักษณ์นักท่องเที่ยวมองอุทยานประวัติศาสตร์เป็นจุดหมายปลายทางที่มีลักษณะบ่งบอกถึงลักษณะของทรัพยากรท่องเที่ยวในด้านแหล่งประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณคดี วัด เป็นต้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ เนื่องจากการที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าในเชิงประวัติศาสตร์ โบราณคดี อีกทั้งยังมีวัดวาอารามหลายแห่ง ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถสร้างประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ ประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมศิลปะของสถาปัตยกรรมภายใน

โบราณสถานต่าง ๆ รวมไปถึงประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยวเพื่อทำบุญไหว้พระตามอารามต่าง ๆ เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติมา แซ่โฮ (Saeho, 2017) ที่ได้ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ภาพลักษณ์คุณภาพบริการ และค่านิยมในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อทัศนคติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาท่องเที่ยวไทยทางธรรมชาติของนักท่องเที่ยวชาวไทยวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยวชาวไทยวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านประสบการณ์ และความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อค่านิยมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร คือ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านการจดจำ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม ตลอดจนภาพลักษณ์คุณภาพบริการที่สามารถสัมผัสได้ ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของคมสิทธิ เกียรติวัฒนา (Kianwathana, 2017) ที่ได้วิจัยเรื่อง การรับรู้ของเยาวชนคนไทยต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยานั้น ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ในด้านศิลปวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีปัจจัยด้านบรรยากาศของสถานที่เป็นปัจจัยรองลงมา

ผลการศึกษา การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การศึกษาการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งผู้วิจัยได้จำแนกตามตัวแปรที่ได้ศึกษา ได้แก่ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก

พบว่า ปัจจัยภายใน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เพราะปัจจัยด้านวิถีการดำเนินชีวิตซึ่งกล่าวได้ว่าวิถีการดำเนินชีวิตของมนุษย์นั้นเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ เพราะเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นตัวตนของบุคคลนั้น ซึ่งแต่ละบุคคลก็จะมีไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างกันออกไปตามแนวคิด ค่านิยม รวมไปถึงสิ่งแวดล้อมและสังคมที่บุคคลนั้นอาศัยอยู่ ทั้งนี้อาจมีผลสืบเนื่องมาจากประสบการณ์ในอดีต ตลอดจนความชอบในบางสิ่งบางอย่าง ส่งผลให้บุคคลนั้นแสดงออกในเชิงพฤติกรรม หรือมีหลักในการตัดสินใจที่เป็นผลมาจากวิธีการดำเนินชีวิตของแต่ละคน วิธีการดำเนินชีวิต จึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ ที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทางที่เหมาะสมกับวิถีการดำเนินชีวิตของตนเองมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ นริศา มัจฉริยกุล (Chariyakun, 2016) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบอิสระบนเกาะไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยพบว่าเมื่อนักท่องเที่ยวได้เดินทางไปท่องเที่ยวที่เกาะไต้หวัน แล้วพบว่าการเดินทางท่องเที่ยวที่เกาะไต้หวันนั้น ตรงกับไลฟ์สไตล์การท่องเที่ยวของตน

พบว่า ปัจจัยภายนอก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เพราะปัจจัยด้านความพร้อมของจุดหมายปลายทาง อาจกล่าวได้ว่า ความพร้อมของจุดหมายปลายทางเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากปัจจัยต่าง ๆ ที่บ่งบอก ถึงความพร้อมของจุดหมายปลายทางนั้น จะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจในเบื้องต้นได้ทันที ว่าจุดหมายปลายทางที่สนใจนั้น เหมาะกับตัวของนักท่องเที่ยวเองหรือไม่ โดยความพร้อมของ

จุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวมีปัจจัยที่จะต้องคำนึงถึงหลายด้านด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร โรงแรมที่พัก กิจกรรมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ร้านขายของที่ระลึก รวมไปถึงเส้นทางที่ใช้ในการคมนาคม ตลอดจนป้ายบอกทางของแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยอื่น ๆ ที่จะสามารถส่งเสริม หรือตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่จุดหมายปลายทางนั้น ซึ่งถ้าหากนักท่องเที่ยวประเมินแล้วว่าในจุดหมายปลายทางนั้นมีสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการให้กับตนเองได้ ก็อาจจะมีความเป็นไปได้สูงที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือกพื้นที่นั้นเป็นจุดหมายปลายทางในการเดินทางท่องเที่ยว ในขณะเดียวกัน ถ้านักท่องเที่ยวประเมินแล้วว่าพื้นที่นั้นไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ นักท่องเที่ยวก็อาจตัดสินใจโดยการไม่เดินทางไปท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทางนั้น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภัทรธรรณกุลย์ เตี้ยไพบูลย์ (Tuntphaibun, 2014) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยชุมชนบ้านหวนอนวัด ตำบลแม่ทอม อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนมากที่สุดคือปัจจัยด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น วิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณี และศิลปะพื้นบ้านของชุมชน รวมไปถึงการได้รับความร่วมมือจากองค์กรภาคีที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกชุมชน ตลอดจนการจัดการภายในชุมชน ด้านสิ่งแวดล้อม การจัดการทรัพยากรทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งสิ่งเหล่านี้ได้แสดงให้เห็นว่า การที่แหล่งท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวที่นั่น ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งในการที่จะทำให้พื้นที่นั้น ๆ ประสบความสำเร็จในด้านการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ทั้งนี้ ความพร้อมของจุดหมายปลายทางก็มักจะเป็นสิ่งที่มีความสอดคล้องกันกับวิถีการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว กล่าวคือ หากศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว หรือองค์ประกอบที่บ่งบอกถึงความพร้อมของจุดหมายปลายทางนั้นเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับวิถีการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวแล้ว ก็จะเป็นไปได้อย่างสูงที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือกพื้นที่นั้นเป็นจุดหมายปลายทางในการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของสุทธิสินี นิตส์นเอก (Nithatake, 2018) ที่ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวคุณภาพจากทวีปยุโรปในพื้นที่ไทยแลนด์ ริเวียร่า จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่ม Social Cultural Explorer ให้ความสำคัญกับการพบปะผู้คนในพื้นที่จุดหมายปลายทาง อีกทั้งยังมีลักษณะนิสัยชอบค้นหาประสบการณ์ใหม่ ๆ มีความสนใจในด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งนี้

1. อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ควรจัดการและปรับปรุงภูมิทัศน์ให้มีความเหมาะสม สวยงาม เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวโดยรวมนั้นส่งผลกระทบต่อจิตใจของนักท่องเที่ยว แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องไม่ทำให้ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของพื้นที่นั้นเปลี่ยนไป เนื่องจากพื้นที่ภายในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นพื้นที่ที่มีคุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์ ก็อาจจะทำให้การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ในบริบทที่มีความเกี่ยวเนื่องกับลักษณะทางภูมิศาสตร์นั้นบิดเบือนไป

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ควรมีการจัดกิจกรรมรณรงค์ให้คนในท้องถิ่นมาทำกิจกรรมร่วมกัน ซึ่งอาจจะเปิดเป็นตลาดเก่าในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ เพื่อสร้างบรรยากาศภายในตลาดให้มีความย้อนยุค อาจทำได้โดยการจัดซุ้มต่าง ๆ การแต่งตัวด้วยชุดพื้นบ้านโบราณของพ่อค้าแม่ค้าภายในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งอาจจะเป็นทางเลือกใหม่ในการเดินทางท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะที่นำไปใช้ในการวิจัยครั้งต่อไป

1. หน่วยงานภาครัฐ ควรส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวอาจส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึง เช่น ร้านอาหาร ที่พัก กิจกรรมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ร้านขายของที่ระลึก การเดินทาง ตลอดจนป้ายบอกทางของแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยอื่นที่สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่จุดหมายปลายทางนั้น

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดกิจกรรมในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาที่สามารถบ่งบอกถึงความเป็นตัวตนของคนในสมัยก่อน เช่น การแต่งกายในยุคต่าง ๆ เพื่อสร้างบรรยากาศในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวให้มีความย้อนยุคนักท่องเที่ยวได้ถ่ายรูปภายในอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา

References

- Altinbasak and Yalçın. (2010). City image and museums: The case of Istanbul. *Tourism and Hospitality Research*. 4(3), 241-251.
- Arts and Culture Club. (2017). ‘*utthayaṅ prawattisaṅ Phra Nakhōṅ Sī ‘Ayutthaya*’ [Historical Park Ayutthaya]. Retrieved from http://www.silpa-mag.com/cultre/article_16192.
- Chariyakun, N. (2016). *patḥai thī song phon toṅ kāntatsinḥai thōṅthiēo bæp ‘itsara bon koṅ Taiwan khōṅ nakthōṅthiēo chāo Thai* [Factors affecting the decision to make independent travel on Taiwanese islands of Thai tourists]. Master of Business Administration Thammasat University, Bangkok.
- Kianwathana, K. (2017). *kānraru khōṅ yaowachon Thai toṅ phāplak kānthōṅthiēo choēṅ watthanatham nai ḥangwat Phra Nakhōṅ Sī ‘Ayutthaya* [Acceptance of Thai youth towards cultural tourism image in Pornphon Nakhon Si Ayutthaya Province]. *Culture trend*. 18(33).
- National Statistical Office. (2018). *sarup sathanakan thōṅthiēo phāinai prathet penrai ḥangwat Phōṅ, Sōṅ, sōṅphanharōṅhasipsōṅ - sōṅphanharōṅhoksip* [Summary of domestic tourism situation by province. (2012-2017)]. Retrieved from <http://statbbi.nso.go.th>.

- National Tourism Policy Committee. (2017). **phaēn phatthanākān thōngthiēo chabap thī sōng (Phō,So, sōngphanhārojīhoksip - sōngphanhārojīhoksipsi).** [Tourism Development Plan No. 2 (2017-2021)]. Bangkok. Office of the War Veterans Organization of Publishing House.
- Nithatake, S. (2018). **rupbæp kādamnoēn chīwit læ khwāmphungphōçchai khōng nakthōngthiēo khunnaphāp çāk thawīp Yurōp nai phūnthī thailæ n riwīa rā çangwat prachuap khīrī khan** [Lifestyle and satisfaction of quality tourists]. From Europe in the Thailand Riviera area, Prachuap Khiri Khan Province. Master of Business Administration Thammasat University, Bangkok.
- Saeho, K. (2017). **phaḗplak kānthōngthiēo phaḗplak khunnaphāp bōrikan læ khāniyom nai kānthōngthiēo thī song phon tō thatsanakhati kānthōngthiēo yāng yangyūn: kōranī suksā thōngthiēo Thai thāng thammachāt khōng nakthōngthiēo çāo Thai wai tham ngān nai khēt Krung Thēp Mahā Nakhōn** [Tourism image, Image of service quality And tourism values that affect sustainable tourism attitudes A case study of natural tourist attractions of working Thai tourists in Bangkok]. Master of Business Administration Bangkok University, Bangkok.
- Thanomchit, T. (2017). **phruttikam khōng nakthōngthiēo çāo Thai thī dōenthāng mā thōngthiēo mūang mōradok lōk sukhothai** [Behavior of Thai tourists traveling to visit the World Heritage City of Sukhothai]. Phetchabun Rajabhat University, Phetchabun.
- Tuntphaibun, P. (2014). **sakkayaphāp læng thōngthiēo chōeng Niwet doi chumchon bān huānoḗ wat tambon mæ thōm‘amphōe bāng klam çhangwat song khla** [Ecotourism potential By Ban Hua Tan Temple Mae Tom Subdistrict, Bang Klam District, Songkhla Province]. Master of Science Prince of Songkla University, Songkhla.